

证券代码：837242

证券简称：建邦科技

公告编号：2024-001

## 青岛建邦汽车科技股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

本公司及董事会全体成员保证公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实、准确和完整承担个别及连带责任。

#### 一、投资者关系活动类别

特定对象调研

业绩说明会

媒体采访

现场参观

新闻发布会

分析师会议

路演活动

其他（券商策略会）

#### 二、投资者关系活动情况

活动时间：2024年1月3日至2024年1月4日

活动地点：深圳好日子皇冠假日酒店

参与单位及人员：华夏基金、泰康资管、泰康公募、广发基金、东方红资产、景顺长城基金、博时基金、招商基金、富国基金、融通基金、西部利得基金、务新投资、前海人寿保险、申万菱信基金、东莞证券、西南证券（排名不分先后）

上市公司接待人员：公司董事会秘书陈汝刚先生、公司证券事务代表张淑芬女士

#### 三、投资者关系活动主要内容

本次投资者关系活动的主要问题及公司对问题的回复概要如下：

**问题 1：**公司 2023 年上半年汽车电子类产品增长较快，预计 2023 年全年能实现多少销售，请介绍下公司汽车电子类产品的布局和发展情况。

**回答：**汽车后市场的发展受“保有量”和“车龄”的双效驱动，随着汽车“电动化、智能化、网联化、共享化”发展趋势的日益明显，汽车后市场面临新的需求变革，公司积极应对市场将来可能发生的变化，从七八年前便开始布局相关汽车电子类产品的研发。相继向市场投放了 EPB 电机、电子手刹、AGS 主动进气格栅、毫米波雷达、液晶集成仪表、拖车制动模块等产品。

2023 年上半年汽车电子产品实现销售收入 1,344.43 万元，同比增长 352.84%，毛利率 40.54%。公司对汽车电子类产品的销售趋势较为乐观，目前财务正在进行结账，具体数据公司将在 2023 年年度财务报告中进行披露。

汽车电子产品也可归为非易损类零部件，其正常使用状态下并不容易损坏。但是电子类产品的特点决定了其对撞击、极端天气等非正常状态的耐受度较低，相对其他品类的非易损零部件更容易损坏。

公司会不断加大汽车电子类产品的研发力度，不断开发新产品，将成熟产品不断系列化，把握产品迭代的速度，控制产品投放市场的节奏。除上述产品外，公司规划后期陆续投放市场的产品包括但不限于车身盲点监测、行人碰撞保护系统、车身控制模块等。

**问题 2：公司有无介入生产环节的计划？**

**回答：**目前公司有从事汽车零部件再制造的子公司，青岛卡库再制造科技有限公司在青岛设有工厂，主要从事刹车卡钳、雨刮器总成的翻新再制造。因公司汽车电子产品品类增多及销售金额的进一步提升，为了进一步加强汽车电子产品的保密性、安全性，公司规划将部分汽车电子产品的生产由外协变更为自产，目前正在积极推进中。

**问题 3：公司披露管理 SKU 近 3 万个，公司如何管理如此多的 SKU 型号？“小批量、多品种、多批次”的供货特点下，如何控制成本？**

**回答：**目前公司管理 SKU 近 3 万个，对应公司内部管理号只有几千个，因内部一个管理号可能对应数个甚至数十个 SKU，原因例举如下：（1）同一主机厂对不同车型采用平台化生产，不同车型较多零部件是通用件（比如 A 主机厂的甲、乙、丙、丁四款车型存在较多通用零部件）；（2）同一车型不同改款间亦有较多通用零部件（比如甲车型的 18 款、19 款、20 款存在很多通用零部件）；（3）不同主机厂的不同车型存在通用零部件（比如 A 主机厂的甲车型和 B 主机厂的

乙车型存在通用零部件)。我们通过对市面所有主流新旧车型进行跟踪研究掌握了相关对应信息，目前该信息属于公司保密级别最高的信息资产之一。

因此，面对“小批量、多品种、多批次”的供货特点，我们对产品 SKU 信息进行整合，统一研制，协同开发，尽量用同一模具实现多 SKU 归集生产，同时在保密前提下协调代工厂进行集中排产，从而有效降低生产成本。

#### **问题 4：非易损零部件的特点是什么？行业壁垒如何？**

**回答：**汽车非易损零部件是指不易损坏、不需要经常更换的汽车部件，其寿命通常比易损件要长。举几个大家容易理解的产品，比如，制动系统内的刹车卡钳，传动系统内的传动轴，转向系统内的转向节，电气系统内的感应雨刮电机，汽车电子类的毫米波雷达等都属于此类产品。而易损件，一般分为两种，一是消耗性易损件，如汽车保养用产品机滤、汽滤等；二是事故易损件，如保险杠、大灯、翼子板等。

通过对比，可直观看出非易损零部件相较于易损件更换频次低，但是技术含量高，产品更为复杂，更为精密，同时对可靠性的要求更高。同时后市场的非易损零部件还有“多品种、小批量、多批次、高要求”的特点，对市场敏锐度、产品研发能力、供应链管理能力的要求较高，因此其行业壁垒比易损件要高。公司在汽车非易损零部件领域深耕近二十年，在市场把控、产品打造、供应链管理、内外部资源整合等方面拥有较宽的护城河。

#### **问题 5：公司介绍自己属于独立后市场，目前独立后市场发展状况如何？**

**回答：**目前全球后市场结构以 DIFM（Do it for Me，由车主自行购买零部件交由汽修店进行安装）为主，根据 Precedence Research 数据显示 2022 年全球后市场中有约 54.6% 为 DIFM，而 DIY（车主自行购买零部件并安装）模式占比约 23.9%，4S 店或主机厂授权厂商占比最低，约占 21.4%。DIFM 和 DIY 模式是美国最为流行的汽车维修保养模式，这一点与国内后市场模式具有较大差异。全球汽车独立后市场规模预计 2023 年全年将达到 7,847.1 亿美元，随着线上销售渠道的发展成熟，Precedence Research 预计到 2030 年汽车后市场规模将达到 11,670.9 亿美元，年均复合增长率为 5.5%。

国内独立后市场以 DIFM 模式为主，整体市场格局较为分散。相较于欧美地区许多车主倾向于从汽配厂商购买相关零部件进行 DIY，国内车主更加倾向于

IAM（独立第三方门店）或到 4S 店进行维保，但由于多数国内汽车质保期限仅有三年，超过质保后汽车在 4S 店的维保费用将大幅提升。同时，汽车维修需求在一定程度上具有及时性的要求，当汽车出现故障时车主往往会选择较近的维修点，且对维修周期时长有着较高要求。因此，性价比较高的 DIFM 模式成为国内独立后市场的主导力量。

同时，国内新能源汽车主机厂在当前采用直营零售方式进行车辆销售，不采用传统燃油车 4S 代理销售模式，新能源汽车售后可能难以满足未来持续增长的维保需求，因此许多新能源汽车主机厂开始通过与连锁 IAM 门店进行授权合作，以此来保证其售后服务能力，这也有助于独立后市场的发展。目前国内 IAM 渠道的市场份额正在提升，而 4S 门店的份额正在逐步被压缩，根据灼识咨询数据，2022 年中国汽车服务市场 IAM 渠道规模约 6,703 亿元，份额占比约 48.9%，自 2018 年以来呈上升趋势，预计未来份额将进一步提升，到 2027 年 IAM 渠道份额将达到 55.7%。

公司积极迎接和应对国内后市场的利好变化，公司 2020 年开始便陆续与国内知名汽车零部件连锁企业建立合作关系，包括三头六臂汽配、康众汽配、途虎养车、开思汽配等，建立专门国内销售队伍，持续加强国内市场布局。此外，公司积极布局线上销售 B2C，打造自有品牌。公司在淘宝、京东等电商平台布局自营线上门店拓曼汽配，通过零售方式直接对接 C 端消费者，构建产品全销售渠道。

#### **问题 6：公司毛利率和净利率不断提高的原因是什么？**

**回答：**公司本年度毛利率和净利率增长的原因主要有以下几个方面：（1）新产品投放方面，前几年布局的产品陆续投入市场；新产品，特别是汽车电子产品，科技含量提升，附加值高，毛利率相应提高。（2）优化供应链方面，公司持续优化供应链，加强对供应商的管理，同时，从技术上帮助供应商降低成本，引导供应商进行循环降价，对我司毛利率的提高产生积极作用。（3）内部管理方面，公司积极推进“阿米巴经营”，全员贯彻“销售最大化、费用最小化”理念，努力提高单位时间附加值，坚持数字化经营，向精细化管理要效益，降本增效效果明显。

#### **问题 7：公司有无前装规划？**

答：公司目前产品全部供应汽车后市场，不排除公司以技术含量较高的汽车电子类产品进入前装 OEM 市场的可能。

**问题 8：公司在营销端有哪些渠道？**

答：公司目前销售策略为境内境外协同，线上线下协同。主要销售渠道有：  
(1) 境内外线下经销商、分销商；(2) 境内外汽配、汽修连锁企业；(3) 以线上业务为主的电商类客户；(4) 汽配城等传统渠道等。

**问题 9：新能源车的快速发展对公司有无影响？**

回答：目前，新能源汽车保有量较低，传统燃油车的市场保有量巨大，对非易损零部件的需求依旧处于递增的状态，中短期看汽车后市场非易损零部件领域不会有较大的变动。新能源车的特点是机械件变少，电子化复杂程度越来越高，对此，我司已提前进行了布局，在汽车电子方向上大量投入，积极布局软硬件结合产品的研发，部分产品已开始量产，积极推进产品的迭代升级。

新能源汽车保有量的增加会带动汽车后市场汽车电子类产品需求的提升，可能会推动我司汽车电子产品销量的进一步提高。

特此公告。

青岛建邦汽车科技股份有限公司

董事会

2024 年 01 月 08 日